

АНАЛИЗ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА НА ПРИМЕРЕ ОАО «ПОЛЕСЬЕ»

Колесникович Е.П., 4 курс,

Кузнецова И.А., м.э.н., ст.преподаватель,

УО «Полесский государственный университет»

Для осуществления успешной деятельности на рынке необходима детально разработанная и хорошо продуманная товарная политика, которая осуществляется в рамках комплекса маркетинга. Именно она определяет конкретный курс действий товаропроизводителя или торгового посредника на основе наличия у него четко сформулированной программы действий на рынке.

Хорошо продуманная товарная политика не только позволяет оптимизировать процесс модификации товарного ассортимента, но и служит для предприятия указателем общей направленности действий, дает возможность корректировать текущую ситуацию.

Нами было проведено исследование ассортимента, производимого Открытым акционерным обществом «Пинское промышленно-торговое объединение «Полесье».

Анализ ситуации, сложившейся на рынке трикотажных изделий, показывает, что за период 2000-2006 гг. снизились объемы продаж трикотажных изделий производства ОАО «Полесье» почти втрое, пропорционально этому уменьшились и объемы производства. Причинами этого являются снижение спроса на трикотажные изделия производства ОАО «Полесье» вследствие повышенной

насыщенности рынка импортными товарами, отечественными товарами производства мелких фирм и частных предпринимателей, а также низкая платежеспособность торговых предприятий.

Проведенный нами анализ позволил выделить следующие тенденции:

1. Из ассортимента верхних трикотажных изделий, предлагаемого на рынке, потребители отдают предпочтение единичным изделиям – джемперам, свитерам и жакетам.

2. Одним из приоритетных направлений на рынке трикотажных изделий является одежда из шерстесодержащих пряж повышенной объемности, а также из облегченных пряж. Отдельной популярной линией являются модели из пряж фасонной крутки, но пряж объемных, рыхлых, легких, а также извилистых пряж.

3. Увеличилось количество покупателей, приобретающих трикотаж с повышенным содержанием натуральных волокон (ангоры, ламы, мохера, хлопка).

4. Однако в настоящее время потеряли актуальность женские трикотажные изделия из полотна. Аналогичный ассортимент, производимый малыми предприятиями, превосходит продукцию ОАО «Полесье» по дизайну и качеству исполнения. Костюмы, комплекты женские, изготовленные по швейной технологии из трикотажных полотен импортного производства, имеют самые высокие потребительские качества. Таким образом, выпуск полотненного ассортимента трикотажных изделий костюмно-плательной группы нецелесообразен.

5. Основной парк установленного на предприятии вязального оборудования имеет ограниченные возможности по производству и перерабатываемому сырью. Так модели, выпускаемые на данном оборудовании, в основном имеют сезонный осенне-зимний характер, это мужские джемпера и свитеры, женские свитеры и костюмы. Однако изделия материалоемкие, дорогие, а уменьшение плотности вязания не позволяет получить формоустойчивые изделия, нет разнообразия переплетений.

6. Используемое сырье в трикотажных изделиях по потребительским свойствам не соответствует требованиям покупателей (пряжа колючая и жесткая, внешне не очень привлекательная, тусклые и размытые расцветки).

7. Трикотажные изделия производства ОАО «Полесье» не выдерживают конкуренции по ценам, как взрослый, так и детский ассортимент, причем не только на рынке дальнего зарубежья, России, но и на внутреннем рынке Республики Беларусь.

Поэтому, сложившаяся ситуация требует от предприятия в максимально сжатые сроки провести модернизацию и техническое перевооружение, направленные на освоение и выпуск принципиально новой продукции, отвечающей покупательскому спросу и соответствующей мировому уровню, с использованием современного вязального и прядильного оборудования.